

This Page Is Inserted by IFW Operations
and is not a part of the Official Record

BEST AVAILABLE IMAGES

Defective images within this document are accurate representations of the original documents submitted by the applicant.

Defects in the images may include (but are not limited to):

- BLACK BORDERS
- TEXT CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES
- FADED TEXT
- ILLEGIBLE TEXT
- SKEWED/SLANTED IMAGES
- COLORED PHOTOS
- BLACK OR VERY BLACK AND WHITE DARK PHOTOS
- GRAY SCALE DOCUMENTS

IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.

**As rescanning documents *will not* correct images,
please do not report the images to the
Image Problem Mailbox.**

#2

Attorney Docket No. 1341.1091

IN THE UNITED STATES PATENT AND TRADEMARK OFFICE

In re Patent Application of:

Masaki HIRAGA

Application No.: To be Assigned

Filed: April 23, 2001

For: METHOD OF AND APPARATUS FOR
PROVIDING POINTS BY RELATING
KEYWORD RETRIEVAL TO
ADVERTISING, AND COMPUTER
PRODUCT

Group Art Unit: To be Assigned

Examiner: To be Assigned

JC921 U.S. PRO
09/839138



PMB
8-28-01

**SUBMISSION OF CERTIFIED COPY OF PRIOR FOREIGN
APPLICATION IN ACCORDANCE
WITH THE REQUIREMENTS OF 37 C.F.R. §1.55**

*Assistant Commissioner for Patents
Washington, D.C. 20231*

Sir:

In accordance with the provisions of 37 C.F.R. §1.55, the applicant(s) submit(s)
herewith a certified copy of the following foreign application:

Japanese Patent Application No. 2000-295281
Filed: September 27, 2000

It is respectfully requested that the applicant(s) be given the benefit of the foreign filing
date as evidenced by the certified papers attached hereto, in accordance with the requirements
of 35 U.S.C. §119.

Respectfully submitted,
STAAS & HALSEY LLP

Date: April 23, 2001

By: _____

James D. Halsey, Jr.
Registration No. 22,729

Suite 500
700 Eleventh Street, N.W.
Washington, D.C. 20001
(202) 434-1500

日 本 国 特 許 庁

PATENT OFFICE
JAPANESE GOVERNMENT

別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されている事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office.

出 願 年 月 日

Date of Application:

2000年 9月27日

出 願 番 号

Application Number:

特願2000-295281

出 願 人

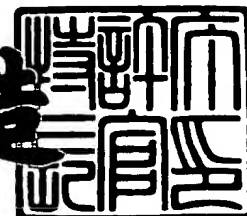
Applicant (s):

富士通株式会社

2001年 3月 2日

特許庁長官
Commissioner,
Patent Office

及 川 耕 造



出証番号 出証特2001-3012238

【書類名】 特許願

【整理番号】 0050045

【提出日】 平成12年 9月27日

【あて先】 特許庁長官殿

【国際特許分類】 G06F 17/00

【発明の名称】 キーワード検索と広告を対応させたポイント付与方法および装置

【請求項の数】 5

【発明者】

【住所又は居所】 神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番1号 富士通株式会社内

【氏名】 平賀 正樹

【特許出願人】

【識別番号】 000005223

【氏名又は名称】 富士通株式会社

【代理人】

【識別番号】 100108202

【弁理士】

【氏名又は名称】 野澤 裕

【電話番号】 044-754-3035

【手数料の表示】

【予納台帳番号】 011280

【納付金額】 21,000円

【提出物件の目録】

【物件名】 明細書 1

【物件名】 図面 1

【物件名】 要約書 1

【包括委任状番号】 9913421

【プルーフの要否】 要

【書類名】 明細書

【発明の名称】 キーワード検索と広告を対応させたポイント付与方法および装置

【特許請求の範囲】

【請求項 1】 ネットワークを介してユーザに対してキーワードを提示し、前記ユーザが選択したキーワードを、前記ユーザと対応付けてキーワード別ユーザ管理テーブルに登録し、

ネットワークを介して広告主に対してキーワードを提示し、前記広告主が選択したキーワードを、前記広告主と対応付けてキーワード別広告主管理テーブルに登録し、

ネットワークを介して前記ユーザと異なる他のユーザより検索の要求を受けるときに、前記キーワード別ユーザ管理テーブルと前記キーワード別広告主管理テーブルを検索し、前記キーワードが前記キーワード別ユーザ管理テーブルと前記キーワード別広告主管理テーブルの双方に登録されている場合には、前記キーワードの検索結果とともに前記対応する広告主の広告を前記他のユーザにネットワークを介して通知し、

前記他のユーザが前記広告を参照するとき、前記キーワードを選択した前記ユーザに対してポイントを与え、そのポイントを前記ユーザと関連付けてユーザズポイント管理テーブルに登録することを特徴とするキーワード検索によるポイント付与方法。

【請求項 2】 前記ユーザが取得した前記ポイントを製品またはサービスと交換することを特徴とする付記 1 記載のポイント付与方法。

【請求項 3】 前記キーワードの選択は無償であり、前記ユーザはネットワークサービスの利用契約を行う際に前記無償のキーワードを選択できることを特徴とする付記 1 記載のポイント付与方法。

【請求項 4】 ユーザがユーザ端末からネットワークを介してキーワード検索するとき、前記キーワードの検索結果とともに前記キーワードに対応付けられた広告主の広告が前記ユーザ端末に表示され、

前記ユーザが表示された前記広告を参照するとき、前記キーワードに対応付

けられた他のユーザにポイントが与えられることを特徴とするキーワード検索によるポイント付与方法。

【請求項 5】 ネットワークを通じてユーザが取得したキーワードを前記ユーザと対応付けて登録する手段と、

ネットワークを通じて広告主が取得したキーワードを前記広告主と対応付けて登録する手段と、

前記ユーザと異なる他のユーザが、前記キーワード別ユーザ管理テーブルおよび前記キーワード別広告主管理テーブルにともに登録されたキーワードを用いてネットワークを通じて検索するときに、前記キーワード別広告主テーブルを参照して前記キーワードに対応する広告主を検索する手段と、

前記検索結果とともに、前記広告主の広告を前記他のユーザに送信する手段と

、
前記他のユーザが前記広告を参照するときに、前記キーワード別ユーザ管理テーブルを参照して前記キーワードに対応するユーザを検索する手段と、

前記キーワードを取得した前記ユーザに対してポイントを与える手段と、

前記ポイントを前記ユーザと関連付けて登録する手段とを有するポイント付与装置。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】

本発明はインターネットにかかる発明であり、特にインターネットを利用した検索および広告サービスに関する。

【0002】

【従来の技術】

インターネットを用いた検索サービスや広告ビジネスに関してさまざまなビジネスが提案されており、また、実際に適用されつつある。その中で、単なるキーワード検索とは異なって従来の広告ビジネスと検索サービスを結びつけて新たな付加価値を付け足したものが創出されつつある。

【0003】

このようなインターネットを利用した検索サービス、広告ビジネスとして、たとえば、検索サービスにおいて、広告表示と対応、連動する検索キーワードそのものを販売するようなビジネスが米国や日本で始まっている。

【0004】

たとえば米国のAltaVistaとDoubleClick社は検索キーワードをオークションにかけ、競り落としたサイトへのリンクを他のサイトよりも優先的に表示するサービスを始めている。

【0005】

また、日本においてもサイバーエージェントとオン・ザ・エッチは広告主が希望するキーワードについて優先表示枠を買い取ることで、検索結果の上位に広告主のサイトを表示するサービスを始めている。

【0006】

【発明が解決しようとする課題】

上記したように、検索サービスにおいて広告表示と対応、連動する検索キーワードそのものを販売するというサービスはすでに開発されている。しかし、現状のサービスではサービス提供者（サービスを提供する会社やサービスプロバイダ等を含む）と企業（広告主）に閉じた形になっていて、エンドユーザが参加する形にはなっていない。

【0007】

本発明では検索キーワードにさらなる付加価値を与え、エンドユーザをも巻き込んだ形の、エンドユーザ参加型のビジネスの仕組みにより、サービス提供者のさらなるビジネス拡大をめざすものである。

【0008】

【課題を解決するための手段】

サーバからネットワークを介してユーザに対してキーワードを提示し、前記ユーザが取得したキーワードを前記ユーザと対応付けてキーワード別ユーザ管理テーブルに登録し、同様にサーバからネットワークを介して広告主に対してキーワードを提示し、前記広告主が取得したキーワードを前記広告主と対応付けてキーワード別広告主管理テーブルに登録する。

【 0 0 0 9 】

前記ユーザと異なる他のユーザが、ネットワークを介して前記キーワード別ユーザ管理テーブルおよび前記キーワード別広告主管理テーブルとともに登録されたキーワードを用いて検索するときに、前記キーワードに関連する広告主の広告を端末に表示し、さらにその広告を参照したときにキーワードを登録した前記ユーザにポイントを付与する。

【 0 0 1 0 】

前記ユーザが取得したポイントは製品またはサービスなどの商品と交換することができる。

【 0 0 1 1 】

【発明の実施の形態】

以下、図面を参照しつつ本発明の実施の形態につき説明する。

【 0 0 1 2 】

図 1 は本発明のシステム構成を示すブロック図である。

【 0 0 1 3 】

図 1 において、1 はプロバイダのサーバ、2 はプロバイダ側 LAN (Local Area Network)、3 はインターネット、4 はユーザ端末、5 は広告主端末、6 は広告主側 LAN である。

【 0 0 1 4 】

サーバ 1 はその中に処理装置 1 1、マスタテーブル 1 2 と検索ログファイル 1 3 などを有し、プロバイダ側 LAN 2 を経由してインターネット 3 に接続されている。

【 0 0 1 5 】

ユーザ端末 4 はインターネット 3 に接続されており、このインターネット 3、プロバイダ側 LAN 2 を介してサーバ 1 にアクセスする。

【 0 0 1 6 】

ユーザはユーザ端末 4 からキーワードを入力して、サーバ 1 に対してキーワードの登録申請や検索の要求などを行うことができる。

【 0 0 1 7 】

広告主端末 5 は広告主側 LAN 6 を介してインターネット 3 に接続されており、この広告主側 LAN 6、インターネット 3、プロバイダ側 LAN 2 を介してサーバ 1 にアクセスされる。

【 0 0 1 8 】

広告主は広告主端末 5 からキーワードや広告データを入力して、サーバ 1 に対してキーワードや広告の登録申請などを行うことができる。

【 0 0 1 9 】

図 2 はサーバ 1 内の処理装置 1 1、マスタテーブル 1 2 および検索ログファイル 1 3 の構成を説明する図である。

【 0 0 2 0 】

処理装置 1 1 内には各種処理を行うための処理手段として、キーワードの生成手段 1 1 1、広告主向け有償キーワード販売手段 1 1 2、広告主向け無償キーワード登録手段 1 1 3、ユーザ向け無償キーワード登録手段 1 1 4、ユーザ向け有償キーワード販売手段 1 1 5、検索／広告提示手段 1 1 6、精算手段 1 1 7、商品交換手段 1 1 8、キーワードの再評価手段 1 1 9、キーワードの転売手段 1 2 0、キーワード検索ログファイル手段 1 2 1、キーワード検索手段 1 2 2 が設けられている。

【 0 0 2 1 】

マスタテーブル 1 2 内には、ランク付けしたキーワードテーブル 1 3 1、有償キーワードテーブル 1 3 2、無償キーワードテーブル 1 3 3、有償キーワード別広告主管理テーブル 1 3 4、無償キーワード別広告主管理テーブル 1 3 5、広告主管理テーブル 1 3 6、有償キーワード別ユーザ管理テーブル 1 3 7、無償キーワード別ユーザ管理テーブル 1 3 8、ユーザ管理テーブル 1 3 9、ユーザズポイント管理テーブル 1 4 0、ユーザ商品交換管理テーブル 1 4 1 が設けられている。

【 0 0 2 2 】

検索ログファイル 1 3 内には検索ログ 1 5 1 が記憶される。
つぎに、図 3 から図 1 3 をもとに、マスタテーブル 1 2 内の各テーブルの具体的な内容について説明する。

【 0 0 2 3 】

図 3 はランク付けしたキーワードテーブル 1 3 1 の例を示す図である。

【 0 0 2 4 】

図 3 において、ランク付けしたキーワードテーブル 1 3 1 には各キーワードごとに使用頻度（検索頻度）を表す検索ポイント数が対応付けられており、キーワードの生成手段 1 1 1 によって、キーワード検索サービスの結果を格納した検索ログファイル 1 3 中の検索ログ 1 5 1 をもとに使用頻度の高かったキーワード順にソートされ、ランク付けがなされている。

【 0 0 2 5 】

ここで、検索ポイント数はキーワードの使用頻度数としている。本実施の形態では検索キーワード数は合計 2 0 個であり、検索キーワードを検索ポイントの多かった順に 5 個ずつランク A から D の 4 つに分けている。また、キーワードの生成手段 1 1 1 によって各ランク別のポイント数の合計もランク別ポイント数小計として設定される。

【 0 0 2 6 】

図 4 は有償キーワードテーブル 1 3 2 の例を示す図である。

【 0 0 2 7 】

図 4 において、有償キーワードテーブル 1 3 2 は、ランク、キーワード、広告料、ユーザズポイントおよびユーザ登録料を対応付けて記憶したものである。

【 0 0 2 8 】

ランクとキーワードの対応付けは先に説明したキーワードテーブル 1 3 1 に従っており、広告料、ユーザズポイントおよびユーザ登録料はキーワードの生成手段 1 1 1 によって過去の使用頻度の実績からキーワード毎に算出され設定される。

【 0 0 2 9 】

キーワードに対応する広告料は、過去の使用頻度の実績をベースとしており、本実施の形態では図 3 に示した検索ポイント数の 1 ポイントあたりを 1 0 0 円として算出している。

【 0 0 3 0 】

ユーザズポイントは検索ポイント数の1万分の1の値を逆順に各キーワードに割り振っている。

【0031】

年間のユーザ登録料は、図3に示したランク別ポイント数小計の1ポイントあたり0.1円として算出している。

【0032】

ここで募集する広告主の数は、ユーザ端末に表示される画面の大きさ（広告の効果）などをもとに決められており、たとえば1つのキーワードあたり3社までに限定されている。もちろん、広告主の数がこれに限られるわけではなく、広告の効果を考えて増やすことも減らすことも可能である。なお、ユーザの数については後述するように特に制限を設けていない。

【0033】

図5は無償キーワードテーブル133の例を示す図である。

【0034】

無償キーワードテーブル133も、有償キーワードテーブル132と同じく、ランク、キーワード、広告料、ユーザズポイントおよびユーザ登録料（ただし無料）を対応付けて記憶したものである。

【0035】

ここに例示されたキーワードは、過去の使用頻度の実績からA～Dのランク付けがなされなかったキーワードであり、それらに対してそれぞれ設定される。

【0036】

無償キーワードであるので、広告料とユーザ登録料は0円とされ、ユーザズポイントは一律に1ポイントとされる。ユーザ登録料は当然0円であるからテーブルとして省略することも可能であるが、後述するように無償キーワードから有償キーワードへの変更やその逆が起こり得るので、通常は有償キーワードテーブル132と同様に作っている。

【0037】

図6は有償キーワード別広告主管理テーブル134の例を示す図である。

【0038】

有償キーワード別広告主管理テーブル134は広告主とプロバイダとの契約内容およびそれに伴う管理内容を示すものであり、広告主向け有償キーワード販売手段112によってランク、キーワード、広告主、契約期間、広告データ格納場所（Web用、mail用）がそれぞれ設定される。

【0039】

広告主は制限されている数（たとえば3社）に限定されており、それぞれの契約期間と広告データの格納場所が示されている。広告方法としては、Webによる方法とmailによる方法とが選択できる。どちらにするかは、広告の内容をもとに効果があると思われるほうを広告主側であらかじめ選択しても良いし、ユーザに選択させる形で両方を格納しておいてもよい。本実施の形態ではユーザに選択する形で説明している。

【0040】

図7は無償キーワード別広告主管理テーブル135の例を示す図である。

【0041】

無償キーワード別広告主管理テーブル135も有償キーワード別広告主管理テーブル134に準じて設定されており、A～Dのランク外のキーワード、広告主、契約期間、広告データ格納場所（Web用、mail用）がそれぞれ設定される。

【0042】

設定は広告主向け無償キーワード登録手段113によって行われる。ただし、無償キーワードを登録できる広告主は有償キーワードを購入している広告主に限られるため、広告主が有償キーワードを購入していることを前提に、それぞれ設定される。

【0043】

図8は広告主管理テーブル136の例を示す図である。

【0044】

広告主管理テーブル136には、広告主名、広告主の住所／担当者、登録キーワード、契約期間、広告料支払日、支払金額が関連付けて記憶される。これらは広告主とプロバイダとの契約内容にもとづいて、有償キーワードの場合は広告主

向け有償キーワード販売手段 1 1 2 により、無償キーワードの場合は無償キーワード登録手段 1 1 3 により、それぞれ設定される。ただし、無償キーワードの場合には支払い金額や広告料支払日は設定されない。なお、前述したように無償キーワードは有償キーワードを購入していることが前提となっている。

【 0 0 4 5 】

図 9 は有償キーワード別ユーザ管理テーブル 1 3 7 の例を示す図である。

【 0 0 4 6 】

図 9 において、有償キーワード別ユーザ管理テーブル 1 3 7 は、ランク、キーワード、ユーザ、契約期間、広告の提示方法（電子メール／Web）が関連付けられて記憶されたものであり、ユーザ向け有償キーワード販売手段 1 1 5 によって、ユーザとプロバイダとの契約内容およびそれに伴う管理内容から、それぞれ設定される。

【 0 0 4 7 】

広告提示方法としては電子メールで直接送ってもらうか、Web 表示するかを最初に登録したユーザが選択することができる。なお、先に述べたように、広告主側で提示方法が決められている場合にはユーザ側では選択する必要はない。

【 0 0 4 8 】

図 1 0 は無償キーワード別ユーザ管理テーブル 1 3 8 の例を示す図である。

【 0 0 4 9 】

図 1 0 において、無償キーワード別ユーザ管理テーブル 1 3 8 は、ランク外のキーワード、ユーザ、契約期間、広告の提示方法（電子メール／Web）が関連付けられて記憶されたものであり、ユーザ向け無償キーワード登録手段 1 1 4 によって、ユーザとプロバイダがサービスの利用に関して契約を結ぶ中で、それぞれ設定される。

【 0 0 5 0 】

ユーザによる無償キーワードの登録はサービスの利用に関するものであり、広告主による登録と異なって有償キーワードの登録を行わなくても登録することが可能である。なお、本実施の形態では広告提示方法は有償キーワードの場合と同じく、電子メールで直接送ってもらうか、Web 表示するかを最初に契約したユーザが決

定する形になっているが、2番目以降に登録したユーザは、最初に登録したユーザの決定に従う形になる。

【0051】

図11はユーザ管理テーブル139の例を示す図である。

【0052】

図11において、ユーザ管理テーブル139はユーザ名、ユーザの住所／電子メール（アドレス）、登録キーワード、契約期間、登録料支払日、支払金額およびユーザズポイントが関連付けられて記憶されたものである。

【0053】

ユーザとプロバイダとの契約内容から、有償キーワードの場合はユーザ向け有償キーワード販売手段115によって有償キーワードテーブル132中のユーザズポイント（1回当たり）がユーザごとにそれぞれ設定され、無償キーワードの場合はユーザ向け無償キーワード登録手段114によって、無償キーワードテーブル133中のユーザズポイント（1回当たり）がユーザ毎にそれぞれ設定される。

【0054】

図12はユーザズポイント管理テーブル140の例を示す図である。

【0055】

図12において、ユーザズポイント管理テーブル140は、ユーザ名、登録キーワード、現在（例えば2000年8月31日（00/08/31））までの検索ポイント数（使用頻度数）[a]、現在（例えば00/08/31）までの広告ポイント数（広告参照数）[b]、ユーザズポイント（1回当たり）[x]、現在（例えば00/08/31）までに獲得した総ユーザズポイント数 $[a \times 1 + b \times x]$ が関連付けられて記憶されたものである。

【0056】

ユーザは取得した総ユーザズポイントによって、種々の商品やサービスを得る（交換）することができる。

【0057】

なお、本実施の形態では検索ポイント数と広告ポイント数を合わせたものを獲

得したユーザズポイント数としているが、場合によっては検索ポイント数、または広告ポイント数のみをユーザズポイント数としても構わない。

【0058】

また、1ユーザズポイントを必ずしも1円に換算する必要はなく、任意に決めることができ、プロバイダが企業（広告主）の広告料とユーザの登録料との収支から、商品やサービスの値段に合わせて調整することができる。

【0059】

図13はユーザ商品交換管理テーブル141の例を示す図である。

【0060】

図13において、ユーザ商品交換管理テーブル141は、ユーザ名、ユーザの住所／電子メール（アドレス）、現在（例えば2000年8月31日（00／08／31））までに獲得した総ユーザズポイント数、商品交換した製品・サービス（商品交換ポイント数）、現在（たとえば00／08／31）までの残りの総ユーザズポイント数が関連付けて記憶される。

【0061】

商品交換した残りの総ユーザズポイントは、電子メールや郵送によってユーザに通知することができる。

【0062】

図14は本実施の形態によるシステム全体の処理を説明するフローチャートである。

【0063】

はじめにステップS11で、キーワードの生成処理を行う。

【0064】

次にステップS12で、広告主向け有償キーワード販売処理を行う。

【0065】

次にステップS13で、広告主向け無償キーワード登録処理を行う。

【0066】

次にステップS14で、ユーザ向け無償キーワード登録処理を行う。

【0067】

次にステップ S 1 5 で、ユーザ向け有償キーワード販売処理を行う。

【 0 0 6 8 】

次にステップ S 1 6 で、検索／広告提示処理を行う。

【 0 0 6 9 】

次にステップ S 1 7 で、精算処理を行う。

【 0 0 7 0 】

次にステップ S 1 8 で、商品交換処理を行う。

【 0 0 7 1 】

次にステップ S 1 9 で、キーワードの再評価処理を行う。

【 0 0 7 2 】

そして最後にステップ S 2 0 で、キーワードの転売処理を行う。

【 0 0 7 3 】

なお、ここで広告主向け有償キーワード販売処理を先に行い、つづいて広告主
抜け無償キーワード登録処理を行うのは、広告主が無償キーワードの取得を行う
には有償キーワードを取得することが前提となるからである。

【 0 0 7 4 】

また、ユーザ向け無償キーワード登録処理を先に行い、つづいてユーザ向け有
償キーワード販売処理を行うのは、ユーザに対するサービスとして無償キーワー
ド登録を行い、それによって有償キーワードの登録に対するインセンティブを与
えることを目的としている。したがって、無償キーワード処理はユーザがプロバ
イダ契約を行うと同時に登録を行うようにしておく为好ましい。

【 0 0 7 5 】

もちろん、このようなインセンティブが必要でない場合には、ステップ S 1 4
とステップ S 1 5 の順番を入れ換えることは可能である。

【 0 0 7 6 】

さらに、広告主向けの処理（ステップ S 1 2、1 3）とユーザ向けの処理（ス
テップ S 1 4、1 5）を入れ換えることも可能である。

【 0 0 7 7 】

次に図 1 5 から図 2 4 のフローチャートをもとに図 1 4 の各ステップの処理フ

ローについて説明する。

【 0 0 7 8 】

図 1 5 はキーワードの生成手段 1 1 1 によるキーワードの生成処理を説明するフローチャートである。

【 0 0 7 9 】

はじめにステップ S 3 1 で検索ログファイル 1 3 中の検索ログ 1 5 1 を参照する。

【 0 0 8 0 】

次にステップ S 3 2 で、そのログからキーワードを検索し、使用頻度の高い順番にソートする。

【 0 0 8 1 】

次にステップ S 3 3 で、使用頻度の高い順に A、B、C、D とランク付けを行い、検索ポイント数（使用頻度数）、ランク別ポイント数小計とともに、ランク付けしたキーワードテーブル 1 3 1 に設定する。

【 0 0 8 2 】

次にステップ S 3 4 で過去の使用頻度の実績から上記のランク付けしたキーワードごとに広告料、ユーザズポイント、ユーザ登録料を算出し、有償キーワードテーブル 1 3 2 に設定する。

【 0 0 8 3 】

つぎにステップ S 3 5 で、ランク外となったキーワードを無償キーワードとして、無償キーワードテーブル 1 3 3 に設定する。

【 0 0 8 4 】

図 1 6 は広告主向け有償キーワード販売手段 1 1 2 による広告主向け有償キーワード販売処理を説明するフローチャートである。

【 0 0 8 5 】

はじめにステップ S 4 1 で、有償キーワード別広告主管理テーブル 1 3 4 を参照して、広告主の登録が可能な（まだ制限数に達していない）キーワードを検索し、有償キーワードテーブル 1 3 2 をベースにして有償キーワードの一覧として開示する。

【 0 0 8 6 】

次にステップ S 4 2 で、広告主が、その有償キーワードの一覧から任意の有償キーワードを選択し、有償キーワードの登録を申請する。

【 0 0 8 7 】

次にステップ S 4 3 で、広告主とプロバイダが、サービス上の広告に関して契約を結ぶ。

【 0 0 8 8 】

次にステップ S 4 4 で、広告主が、その有償キーワードに対応した広告料をプロバイダに支払う。

【 0 0 8 9 】

次にステップ S 4 5 で、上記契約内容（登録キーワード、契約期間、広告料支払日、支払金額）を広告主毎に、広告主管理テーブル 1 3 6 に設定する。

【 0 0 9 0 】

次にステップ S 4 6 で、広告主が、申請した有償キーワードに対応する広告データを、プロバイダに提出する。

【 0 0 9 1 】

次にステップ S 4 7 で、プロバイダが、上記広告データをサーバに格納する。

【 0 0 9 2 】

そしてステップ S 4 8 で、上記管理内容（広告主、契約期間、広告データ格納場所）をキーワード毎に、有償キーワード別広告主管理テーブル 1 3 4 に設定する。

【 0 0 9 3 】

図 1 7 は広告主向け無償キーワード登録手段 1 1 3 による広告主向け無償キーワード登録処理を説明するフローチャートである。

【 0 0 9 4 】

図 1 7 において、まずステップ S 5 1 で、無償キーワード別広告主管理テーブル 1 3 5 を参照して、広告主の登録が可能な（まだ制限数に達していない）キーワードを検索し、無償キーワードテーブル 1 3 3 をベースにして無償キーワードの一覧として開示する。

【0095】

次にステップS52で、広告主が、その無償キーワードの一覧から任意の無償キーワードを選択し、無償キーワードの登録を申請する。

【0096】

次にステップS53で、広告主管理テーブル136を参照する。

【0097】

次にステップS54で、広告主管理テーブル136をもとに有償キーワードの購入の有無を確認する。その広告主が有償キーワードの購入者でない場合には、登録が認められないので本処理は終了する。有償キーワードの購入者の場合にはステップS55に進む。

【0098】

次にステップS55で、広告主とプロバイダが、サービス上の広告に関して契約を結ぶ。

【0099】

次にステップS56で、上記契約内容（登録キーワード、契約期間）を広告主毎に、広告主管理テーブル136に設定更新する。

【0100】

次にステップS57で、広告主が、申請した無償キーワードに対応する広告データを、プロバイダに提出する。

【0101】

次にステップS58で、プロバイダが、上記広告データをサーバに格納する。

【0102】

そしてステップS59で、上記管理内容（広告主、契約期間、広告データ格納場所）をキーワード毎に、無償キーワード別広告主管理テーブル135に設定する。

【0103】

図18はユーザ向け無償キーワード登録手段114によるユーザ向け無償キーワード登録処理を説明するフローチャートである。

【0104】

図18において、まずステップS61で、ユーザとプロバイダが、サービスの利用に関して契約を結ぶ。

【0105】

次にステップS62で、無償キーワードテーブル133を参照して、無償キーワードの一覧を開示する。

【0106】

次にステップS63で、ユーザが、その無償キーワードの一覧から任意の無償キーワードを選択し、無償キーワードの登録を申請する。

【0107】

次にステップS64で、ユーザとプロバイダが、無償キーワードの登録に関して契約を結ぶ。

【0108】

次にステップS65で、上記契約内容（登録キーワード、契約期間）と無償キーワードテーブル133中のユーザズポイントをユーザ毎に、ユーザ管理テーブル139に設定する。

【0109】

次にステップS66で、ユーザが、申請した無償キーワードに対応する広告の提示方法を、プロバイダに申請する。

【0110】

そしてステップS67で、上記管理内容（ユーザ、契約期間、広告の提示方法）をキーワード毎に、無償キーワード別ユーザ管理テーブル138に設定する。

【0111】

図19はユーザ向け有償キーワード販売手段115によるユーザ向け有償キーワード販売処理を説明するフローチャートである。

【0112】

図19において、まずステップS71で、ユーザの有償キーワードの登録／購入の意志を確認する。ユーザが有償キーワードを購入しない場合には本処理は終了する。ユーザが有償キーワードを購入する場合にはステップS72に進む。

【0113】

次にステップ S 7 2 で、有償キーワードテーブル 1 3 2 を参照して、有償キーワードの一覧を開示する。

【 0 1 1 4 】

次にステップ S 7 3 で、ユーザが、その有償キーワードの一覧から任意の有償キーワードを選択し、有償キーワードの登録を申請する。

【 0 1 1 5 】

次にステップ S 7 4 で、ユーザとプロバイダが、有償キーワードの登録に関して契約を結ぶ。

【 0 1 1 6 】

次にステップ S 7 5 で、ユーザがキーワードに対応した登録料を、プロバイダに支払う。

【 0 1 1 7 】

次にステップ S 7 6 で、上記契約内容（登録キーワード、契約期間、登録料支払日、支払金額）と有償キーワードテーブル 1 3 2 中のユーザズポイントをユーザ毎に、ユーザ管理テーブル 1 3 9 に設定する。

【 0 1 1 8 】

次にステップ S 7 7 で、ユーザが、申請した有償キーワードに対応する広告の提示方法を、プロバイダに申請する。

【 0 1 1 9 】

そしてステップ S 7 8 で、上記管理内容（ユーザ、契約期間、広告の提示方法）をキーワード毎に、有償キーワード別ユーザ管理テーブル 1 3 7 に設定する。

【 0 1 2 0 】

図 2 0 は検索／広告提示手段 1 1 6 による検索／広告提示処理を説明するフローチャートである。

【 0 1 2 1 】

図 2 0 において、まずステップ S 8 1 で、ユーザがインターネット上のキーワード検索サービスで、キーワードを入力し確定する。

【 0 1 2 2 】

次にステップ S 8 2 で検索結果がユーザの端末に表示される。

【 0 1 2 3 】

次にステップ S 8 3 で、有償キーワードテーブル 1 3 2 と無償キーワードテーブル 1 3 3 を参照する。

【 0 1 2 4 】

次にステップ S 8 4 で、検索したキーワードのステータスを確認する。有償キーワードと判断された場合にはステップ S 8 5 に進み、有償キーワード別ユーザ管理テーブル 1 3 7 を参照した後、ステップ S 8 7 に進む。

【 0 1 2 5 】

ステップ S 8 4 で無償キーワードと判断された場合にはステップ S 8 6 に進み、無償キーワード別ユーザ管理テーブル 1 3 8 を参照した後、ステップ S 8 7 に進む。

【 0 1 2 6 】

次にステップ S 8 7 で、検索したキーワードの広告の提示方法を確認する。検索結果の広告表示方法として画面表示 (W e b) が選択されている場合にはステップ S 8 8 に進む。

【 0 1 2 7 】

ステップ S 8 8 で、その検索結果の表示画面上に、そのキーワードに対応した広告データを表示する。

【 0 1 2 8 】

次にステップ S 8 9 で、そのユーザが、その広告データ (広告主サイトへのリンクがはられたバナー等) をクリックし、本処理を終了する。

【 0 1 2 9 】

ステップ S 8 7 で検索結果の広告表示方法として電子メールが選択されている場合にはステップ S 9 0 に進む。

【 0 1 3 0 】

ステップ S 9 0 で、その検索したユーザに対し、そのキーワードに対応した広告データを電子メールで送信するとともに、その電子メール中で着信確認メールを要求する。

【 0 1 3 1 】

次にステップ S 9 1 で、そのユーザがプロバイダに対し、着信確認メールを返信する。

【 0 1 3 2 】

そしてステップ S 9 2 で、そのユーザが、その電子メールの広告データの中の URL（広告主サイトへのリンク）をクリックし、終了する。

【 0 1 3 3 】

なお、ステップ S 9 0 で広告データを電子メールで送信する際に、広告主サイトに記載されている広告内容を同時に送信するなどして、ステップ S 9 2 の広告主サイトの URL をユーザがクリック動作するステップを省略することも可能である。

【 0 1 3 4 】

ステップ S 8 9 やステップ S 9 2 ではユーザが広告主サイトへのリンクがはられた URL やバナー等をクリックしている。これを省略することも可能であるが、その場合には後述する広告ポイント数を得ることができなくなる。

【 0 1 3 5 】

図 2 1 は精算手段 1 1 7 による精算処理を説明するフローチャートである。

【 0 1 3 6 】

図 2 1 において、まずステップ S 1 0 1 で、検索キーワードの登録／購入ユーザと、検索したユーザとを比較する。検索キーワードの登録／購入ユーザと、検索したユーザが同じならば、本処理を終了する。すなわち、検索キーワードの登録／購入ユーザは、自分自身の検索についてはユーザズポイントを得ることができない。

【 0 1 3 7 】

ステップ S 1 0 1 で検索キーワードの登録／購入ユーザと、検索したユーザが異なるならば、ステップ S 1 0 2 に進む。

【 0 1 3 8 】

次にステップ S 1 0 2 で、ユーザへの広告提示の方法を確認する。検索結果の表示時に広告を画面表示したならば、ステップ S 1 0 3 に進む。

【 0 1 3 9 】

ステップ S 1 0 3 で、検索画面上の広告データの表示の有無を確認する。表示
ありならば、ステップ S 1 0 4 に進む。表示なしならば、本処理を終了する。

【 0 1 4 0 】

次にステップ S 1 0 4 で、ユーザズポイント管理テーブル 1 4 0 を参照する

【 0 1 4 1 】

次にステップ S 1 0 5 で、その検索したキーワードの登録ユーザの、検索ポイ
ント数（使用頻度数）を 1 つ増加させる。

【 0 1 4 2 】

次にステップ S 1 0 6 で、広告データの中のバナーのクリックを確認する。ク
リックありならば、ステップ S 1 0 7 に進む。クリックなしならば、本処理を終
了する。

【 0 1 4 3 】

ステップ S 1 0 7 で、その検索したキーワードの登録ユーザの、広告ポイント
数（広告参照数）を 1 つ増加させる。

【 0 1 4 4 】

次にステップ S 1 0 8 で、検索ポイント数（a）、広告ポイント数（b）、1
回当たりのユーザズポイント（x）から、総ユーザズポイント数（ $a \times 1 + b \times x$ ）を更新し、本処理を終了する。

【 0 1 4 5 】

次にステップ S 1 0 2 で、ユーザへの広告提示の方法として検索結果の表示時
に広告を電子メールで送信したならばステップ S 1 0 9 に進む。

【 0 1 4 6 】

ステップ S 1 0 9 で、着信確認メールの返信を確認する。返信ありならばステ
ップ S 1 1 0 に進む。返信なしならば本処理を終了する。

【 0 1 4 7 】

ステップ S 1 1 0 でユーザズポイント管理テーブル 1 4 0 を参照する。

【 0 1 4 8 】

次にステップ S 1 1 1 で、その検索したキーワードの登録ユーザの、検索ポイ

ント数（使用頻度数）を1つ増加させる。

【0149】

次にステップS112で、広告データの中のURLのクリックを確認する。クリックありならば、ステップS113に進む。クリックなしならば、本処理を終了する。

【0150】

ステップS113で、その検索したキーワードの登録ユーザの、広告ポイント数（広告参照数）を1つ増加させる。

【0151】

そしてステップS114で、検索ポイント数（a）、広告ポイント数（b）、1回当りのユーザズポイント（x）から、総ユーザズポイント数（ $a \times 1 + b \times x$ ）を更新する。

【0152】

図22は商品交換手段118による商品交換処理を説明するフローチャートである。

【0153】

図22において、まずステップS121で、商品交換対象の製品・サービス（例えば、家電製品、旅行など）と、各々の商品交換ポイント数を提示する。

【0154】

次にステップS122で、ユーザが、任意の製品・サービスを指定する。

【0155】

次にステップS123で、ユーザ商品交換管理テーブル141を参照する。

【0156】

次にステップS124で、現在までの残りの総ユーザズポイント数を確認する。その製品・サービスを商品交換できるならば、ステップS125に進む。ポイント数が少ない等の理由によりその製品・サービスを商品交換できないならば、本処理を終了する。

【0157】

ステップS125で、プロバイダが、その指定された製品・サービスをユーザ

に提供する。

【0158】

そしてステップS126で、プロバイダが、その提供した製品・サービスの商品交換ポイント数を、そのユーザの総ユーザズポイント数から差し引き、結果をユーザ商品交換管理テーブル141に反映させる。

【0159】

なお、ステップS124でその製品・サービスとポイントを交換できない場合には、ステップS122に戻って再度ユーザが製品・サービスを指定することも可能であるし、ステップS121で交換対象の税品・サービスのポイント数を提示する前に、ユーザ商品交換管理テーブル141を参照し、ユーザのポイント数により交換可能な製品・サービスのみを提示するようにしてもよい。

【0160】

図23はキーワードの再評価手段119によるキーワードの再評価処理を説明するフローチャートである。

【0161】

図23において、まずステップS131で、ユーザ所有のキーワードの再評価の時期かを確認する。評価はたとえば1年ごとに行うと良い。再評価の時期がきていない場合にはステップ132に進み、再評価の時期がきている場合にはステップS133に進む。

【0162】

ステップS132で、ユーザ所有のキーワードの再評価の依頼の意志を確認する。ユーザが依頼するならば、ステップS133に進む。依頼しないならば本処理を終了する。

【0163】

次にステップS133で、ユーザ所有のキーワードのステータスを確認する。有償キーワードならばステップS134に進む。

【0164】

ステップS134で、その有償キーワードの実績（検索での使用状況）を確認する。実績がない場合にはステップS135に進み、実績がある場合にはステッ

ブ S 1 3 6 に進む。

【 0 1 6 5 】

ステップ S 1 3 5 で広告主またはユーザが登録されているかを確認する。どちらかが登録されている場合にはステップ S 1 3 6 に進む。

【 0 1 6 6 】

ステップ S 1 3 6 で、その有償キーワードに対し、登録料を見直し設定し、本処理を終わる。ただしプロバイダはユーザから新たに登録料の差額分の徴収／払い戻し等はしない。

【 0 1 6 7 】

ステップ S 1 3 5 で広告主またはユーザが登録されていない場合には、ステップ S 1 3 7 に進み、有償キーワードを無償キーワードに再設定し、本処理を終了する。

【 0 1 6 8 】

一方ステップ S 1 3 3 で無償キーワードと判断された場合には、ステップ S 1 3 8 に進む。

【 0 1 6 9 】

ステップ S 1 3 8 で、実績の有無（検索での使用状況）を確認する。実績がある場合にはステップ S 1 3 9 に進む。実績がないならば本処理は終了する。

【 0 1 7 0 】

ステップ S 1 3 9 で、その無償キーワードに対し、新たに登録料を設定するとともに、無償キーワードから有償キーワードに再設定し、本処理を終了する。ただしプロバイダはユーザから新たに登録料は徴収しない。

【 0 1 7 1 】

図 2 4 はキーワードの転売手段 1 2 0 によるキーワードの転売処理を説明するフローチャートである。

【 0 1 7 2 】

図 2 4 において、まずステップ S 1 4 1 で、ユーザがプロバイダに対し、所有しているキーワードの転売を依頼する。

【 0 1 7 3 】

次にステップ S 1 4 2 で、ユーザ所有のキーワードのステータスを確認する。
有償キーワードならば、ステップ S 1 4 3 に進む。

【0174】

ステップ S 1 4 3 で、その有償キーワードの実績（検索での使用状況）を確認する。

【0175】

次にステップ S 1 4 4 で、その有償キーワードに対し、登録料を見直し設定する。ただし、プロバイダからもとのユーザに対して新たに登録料の差額分の徴収や払い戻しは行わない。

【0176】

次にステップ S 1 4 5 で、プロバイダが、そのキーワードを引き取り、ユーザ未登録の有償キーワードとして再設定する。

【0177】

次にステップ S 1 4 6 で、有償キーワードの販売状況を確認する。他のユーザが購入したならばステップ S 1 4 7 に進み、他のユーザによる購入がなければ本処理を終了する。

【0178】

ステップ S 1 4 7 で、その有償キーワードに対して購入ユーザが支払った登録料から、プロバイダの取り分（たとえば 10%）を差し引く。

【0179】

そしてステップ S 1 4 8 で、プロバイダの取り分を差し引いた登録料の残り（たとえば 90%）を、プロバイダがユーザに支払い、本処理を終わる。

【0180】

一方ステップ S 1 4 2 で、ユーザ所有のキーワードが無償キーワードの場合にはステップ S 1 4 9 に進む。

【0181】

ステップ S 1 4 9 で、プロバイダが、そのキーワードを引き取り、ユーザ未登録の無償キーワードとして、各関連テーブルを再設定する。

（付記 1）ネットワークを介してユーザに対してキーワードを提示し、前記ユー

ザが選択したキーワードを、前記ユーザと対応付けてキーワード別ユーザ管理テーブルに登録し、

ネットワークを介して広告主に対してキーワードを提示し、前記広告主が選択したキーワードを、前記広告主と対応付けてキーワード別広告主管理テーブルに登録し、

ネットワークを介して前記ユーザと異なる他のユーザより検索の要求を受けるときに、前記キーワード別ユーザ管理テーブルと前記キーワード別広告主管理テーブルを検索し、前記キーワードが前記キーワード別ユーザ管理テーブルと前記キーワード別広告主管理テーブルの双方に登録されている場合には、前記キーワードの検索結果とともに前記対応する広告主の広告を前記他のユーザにネットワークを介して通知し、

前記他のユーザが前記広告を参照するときに、前記キーワードを選択した前記ユーザに対してポイントを与え、そのポイントを前記ユーザと関連付けてユーザーズポイント管理テーブルに登録することを特徴とするキーワード検索によるポイント付与方法。

(付記 2) 前記ユーザが取得した前記ポイントを製品またはサービスと交換することを特徴とする付記 1 記載のポイント付与方法。

(付記 3) 前記ポイントは前記他のユーザが前記ユーザが取得したキーワードを検索するときに発生するユーザポイントと、前記他のユーザが前記広告を参照するときに発生する広告主ポイントからなることを特徴とする付記 1 記載のポイント付与方法。

(付記 4) 前記キーワードの選択は無償であり、前記ユーザはネットワークサービスの利用契約を行う際に前記無償のキーワードを選択できることを特徴とする付記 1 記載のポイント付与方法。

(付記 5) 前記キーワードの選択は有償であり、前記他のユーザの前記キーワードの検索実績により、前記有償のキーワードの取得額を決定することを特徴とする付記 1 記載のポイント付与方法。

(付記 6) 前記ユーザが選択するキーワードは有償のキーワードと無償のキーワードがあり、前記他のユーザによる検索実績の低い有償キーワードを無償キーワ

ードに変換し、前記他のユーザによる検索実績の高い無償キーワードを有償キーワードに変換することを特徴とする付記 1 記載のポイント付与方法。

（付記 7）前記広告主が選択するキーワードは有償のキーワードと無償のキーワードがあり、前記広告主は前記有償のキーワードを選択したあとでのみ、前記無償のキーワードを選択できることを特徴とする付記 1 記載のポイント付与方法。

（付記 8）前記キーワードを登録した前記ユーザは、前記広告の前記他のユーザに提示する方法として Web 上に表示または電子メールによる送信のいずれかを選択できることを特徴とする付記 1 記載のポイント付与方法。

（付記 9）ユーザが取得可能なキーワードをサーバよりネットワークを介して取得してユーザ端末に表示し、

前記ユーザ端末から前記ユーザが選択したキーワードをサーバに送信し、

前記ユーザと異なる他のユーザが前記キーワードを用いてネットワークを介して検索するときに、前記検索結果とともに、前記サーバに登録されている前記キーワードに対応する広告主の広告が前記他のユーザに提示され、

前記他のユーザが前記広告を参照するときに、前記キーワードを取得している前記ユーザに対してポイントを与えることを特徴とするポイント付与方法。

（付記 1 0）広告主が取得可能なキーワードをサーバよりネットワークを介して取得して広告主端末に表示し、

前記広告主端末から前記広告主が選択したキーワードをサーバに送信し、

ユーザが前記キーワードを用いて検索するときに、前記検索結果とともに、前記広告主の広告が提示され、

前記ユーザが前記広告を参照するときに、前記サーバに記憶された前記キーワードを取得している他のユーザに対してポイントを与えることを特徴とするポイント付与方法。

（付記 1 1）ユーザがユーザ端末からネットワークを介してキーワード検索するときに、前記キーワードの検索結果とともに前記キーワードに対応付けられた広告主の広告が前記ユーザ端末に表示され、

前記ユーザが表示された前記広告を参照するときに、前記キーワードを選択して対応付けられた他のユーザにポイントが与えられることを特徴とするキーワ

ド検索によるポイント付与方法。

（付記 1 2）ネットワークを通じてユーザが選択したキーワードを前記ユーザと対応付けて登録する手段と、

ネットワークを通じて広告主が選択したキーワードを前記広告主と対応付けて登録する手段と、

前記ユーザと異なる他のユーザが、前記キーワード別ユーザ管理テーブルおよび前記キーワード別広告主管理テーブルにともに登録されたキーワードを用いてネットワークを通じて検索するときに、前記キーワード別広告主テーブルを参照して前記キーワードに対応する広告主を検索する手段と、

前記検索結果とともに、前記広告主の広告を前記他のユーザに送信する手段と

前記他のユーザが前記広告を参照するときに、前記キーワード別ユーザ管理テーブルを参照して前記キーワードに対応するユーザを検索する手段と、

前記キーワードを取得した前記ユーザに対してポイントを与える手段と、

前記ポイントを前記ユーザと関連付けて登録する手段とを有するポイント付与装置。

【 0 1 8 2 】

【発明の効果】

ユーザがキーワードを取得し、自分以外のユーザによるキーワード検索や広告参照によってポイントを獲得することができ、また、このポイントによって商品との交換ができることにより、サービス提供者はエンドユーザを巻き込んだ、参加型のビジネスの仕組みを提供でき、さらなるサービス（ビジネス）拡大を行うことができる。

【 0 1 8 3 】

有償のキーワードだけでなく、おまけ的に無償のキーワードを登録することができるため、ユーザのサービス利用契約のプロモーションに活用することができ、また、それによって広告主の参加（有償キーワードの購入）のインセンティブにすることができる。

【図面の簡単な説明】

【図 1】

本発明の実施形態にかかるシステムのブロック構成図

【図 2】

サーバ内の構成を説明する図

【図 3】

ランク付けしたキーワードテーブルの例を示す図

【図 4】

有償キーワードテーブルの例を示す図

【図 5】

無償キーワードテーブルの例を示す図

【図 6】

有償キーワード別広告主管理テーブルの例を示す図

【図 7】

無償キーワード別広告主管理テーブルの例を示す図

【図 8】

広告主管理テーブルの例を示す図

【図 9】

有償キーワード別ユーザ管理テーブルの例を示す図

【図 10】

無償キーワード別ユーザ管理テーブルの例を示す図

【図 11】

ユーザ管理テーブルの例を示す図

【図 12】

ユーザズポイント管理テーブルの例を示す図

【図 13】

ユーザ商品交換管理テーブルの例を示す図

【図 14】

システム全体の処理を説明するフローチャート

【図 15】

キーワードの生成処理を説明するフローチャート

【図 1 6】

広告主向け有償キーワード販売処理を説明するフローチャート

【図 1 7】

広告主向け無償キーワード登録処理を説明するフローチャート

【図 1 8】

ユーザ向け無償キーワード登録処理を説明するフローチャート

【図 1 9】

ユーザ向け有償キーワード販売処理を説明するフローチャート

【図 2 0】

検索／広告提示処理を説明するフローチャート

【図 2 1】

精算処理を説明するフローチャート

【図 2 2】

商品交換処理を説明するフローチャート

【図 2 3】

キーワードの再評価処理を説明するフローチャート

【図 2 4】

キーワードの転売処理を説明するフローチャート

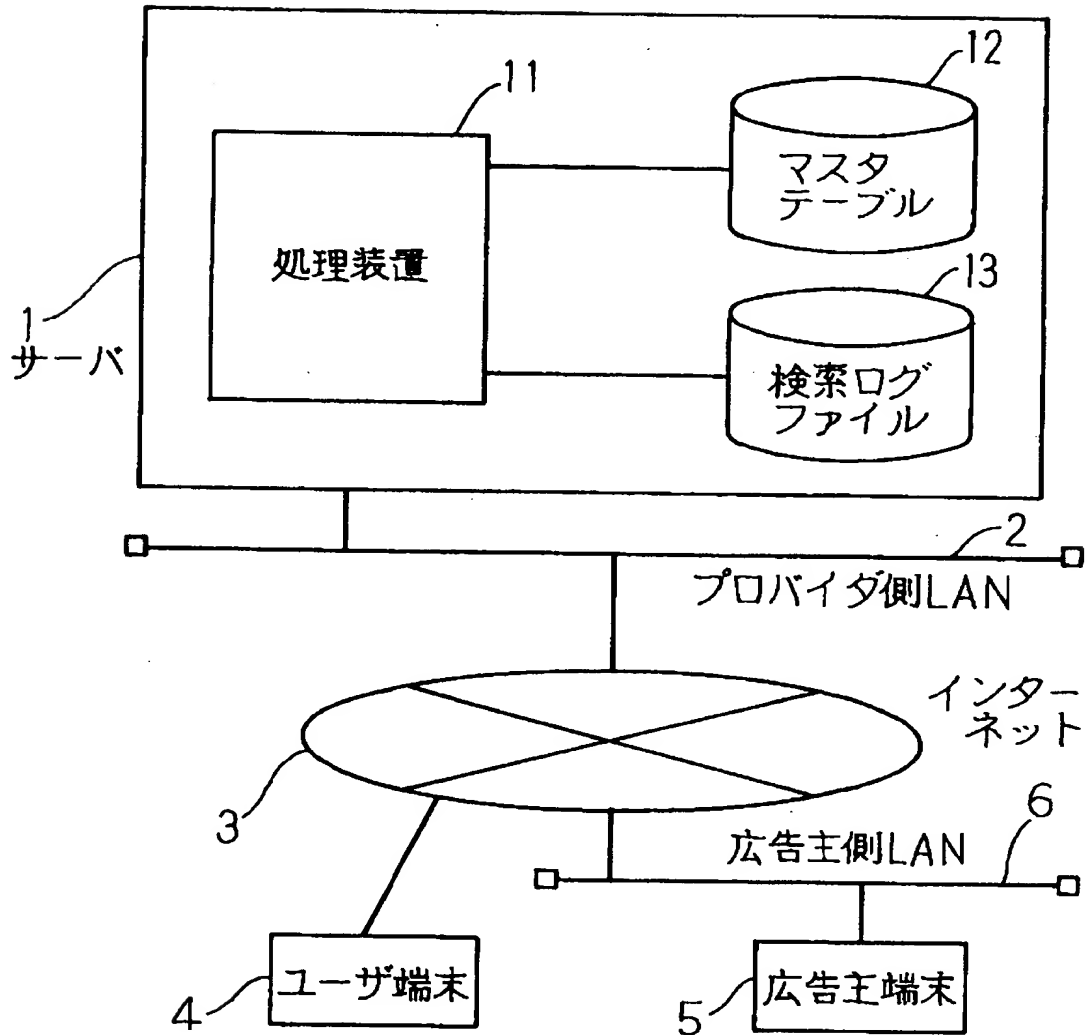
【符号の説明】

- 1 サーバ
- 2 プロバイダ側 LAN
- 3 インターネット
- 4 ユーザ端末
- 5 広告主端末
- 6 広告主側 LAN
- 1 1 処理装置
- 1 2 マスタテーブル
- 1 3 検索ログファイル

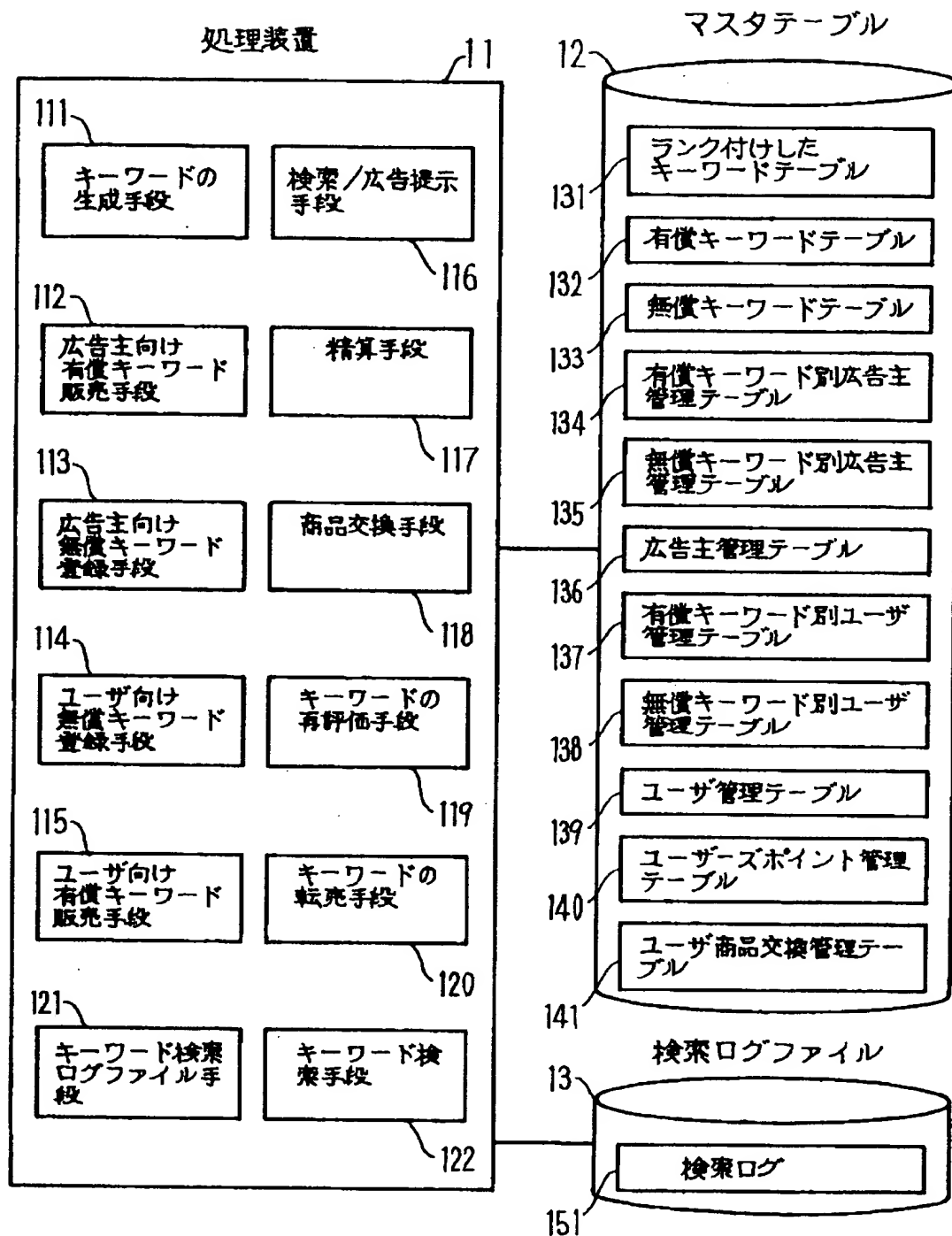
- 1 1 1 キーワードの生成手段
- 1 1 2 広告主向け有償キーワード販売手段
- 1 1 3 広告主向け無償キーワード登録手段
- 1 1 4 ユーザ向け無償キーワード登録手段
- 1 1 5 ユーザ向け有償キーワード販売手段
- 1 1 6 検索／広告提示手段
- 1 1 7 精算手段
- 1 1 8 商品交換手段
- 1 1 9 キーワードの再評価手段
- 1 2 0 キーワードの転売手段
- 1 3 1 ランク付けしたキーワードテーブル
- 1 3 2 有償キーワードテーブル
- 1 3 3 無償キーワードテーブル
- 1 3 4 有償キーワード別広告主管理テーブル
- 1 3 5 無償キーワード別広告主管理テーブル
- 1 3 6 広告主管理テーブル
- 1 3 7 有償キーワード別ユーザ管理テーブル
- 1 3 8 無償キーワード別ユーザ管理テーブル
- 1 3 9 ユーザ管理テーブル
- 1 4 0 ユーザーズポイント管理テーブル
- 1 4 1 ユーザ商品交換管理テーブル
- 1 5 1 検索ログ

【書類名】 図面

【図 1】



【図 2】



【図 3】

131

ランク	キーワード	検索ポイント数 (使用頻度数)	ランク別 ポイント数小計
A	MP3	7 3 6 8 5 9	2 9 0 5 3 0 2
	画像	6 4 7 8 4 5	
	チャット	6 0 4 4 7 5	
	壁紙	4 7 7 8 6 4	
	Linux	4 3 8 2 5 9	
B	スクリーンセーバ	4 1 8 1 9 1	1 8 3 7 6 3 7
	着メロ	3 8 7 2 9 7	
	アイドル	3 5 4 2 1 2	
	ダウンロード	3 4 3 1 2 0	
	出会い	3 3 4 8 1 7	
C	写真	3 0 3 3 6 5	1 4 1 5 1 1 4
	MIDI	3 0 3 1 7 6	
	Mac	2 8 2 5 2 2	
	掲示板	2 7 8 9 2 4	
	地図	2 4 7 1 2 7	
D	シリアル	2 3 1 9 4 9	1 0 9 7 3 9 0
	攻略	2 2 5 5 9 0	
	メールフレンド	2 1 5 3 2 7	
	携帯電話	2 1 3 1 6 1	
	占い	2 1 1 3 6 3	

【図 4】

132

ランク	キーワード	広告料 (年額)	ユーザーズ ポイント (1回当り)	ユーザ 登録料 (年額)
A	MP3	7 3 6 8 万円	2 1	2 9 万円
	画像	6 4 7 8 万円	2 1	
	チャット	6 0 4 4 万円	2 1	
	壁紙	4 7 7 8 万円	1 2	
	L i n u x	4 3 8 2 万円	1 3	
B	スクリーンセーバ	4 1 8 1 万円	2 4	1 8 万円
	着メロ	3 8 7 2 万円	2 7	
	アイドル	3 5 4 2 万円	2 8	
	ダウンロード	3 4 3 1 万円	3 0	
	出会い	3 3 4 8 万円	3 0	
C	写真	3 0 3 3 万円	3 3	1 4 万円
	M I D I	3 0 3 1 万円	3 4	
	M a c	2 8 2 5 万円	3 5	
	掲示板	2 7 8 9 万円	3 8	
	地図	2 4 7 1 万円	4 1	
D	シリアル	2 3 1 9 万円	4 3	1 0 万円
	攻略	2 2 5 5 万円	4 7	
	メールフレンド	2 1 5 3 万円	6 0	
	携帯電話	2 1 3 1 万円	6 4	
	占い	2 1 1 3 万円	7 3	

【図 5】

133

ランク	キーワード	広告料 (年額)	ユーザーズ ポイント (1回当り)	ユーザ 登録料 (年額)
-	C D	0 万円	1	0 万円
	ホテル	0 万円	1	
	アニメ	0 万円	1	
	W i n d o w s	0 万円	1	
	リンク	0 万円	1	

【図 6】

134

ラング	キーワード	広告主	契約期間	広告データ格納場所	
				Web用	mail用
A	MP3	空	: : : 三 : : :
	画像	b社	2000.01.01 - 2000.12.31 : : : 三 : : :	D:¥xxxxxx	D:¥yyyyyy
	チャット	空	: : : 三 : : :
	壁紙	空	: :~ 三 : :~
	Linux	a社 C社	2000.04.01 - 2001.03.31 2000.05.01 - 2001.04.30 : :~ 三 : :~	D:¥zzzzzz D:¥aaaaaa	D:¥wwwww D:¥bbbbbb
B	スクリーンセーバ	空	: :~ 三 : :~
	着メロ	b社	2000.02.01 - 2001.01.31 : :~ 三 : :~	D:¥cccccc	D:¥ddddd
	アイドル	空	: :~ 三 : :~
	ダウンロード	空	: :~ 三 : :~
	出会い	空	: :~ 三 : :~
C	写真	空	: :~ 三 : :~
	MIDI	空	: :~ 三 : :~
	Mac	a社 C社	2000.05.01 - 2001.04.30 : :~ 三 : :~	D:¥eeeeee	D:¥ffffff
	掲示板	空	: :~ 三 : :~
	地図	空	: :~ 三 : :~
D	シリアル	空	: :~ 三 : :~
	攻略	空	: :~ 三 : :~
	メールフレンド	空	: :~ 三 : :~
	携帯電話	空	: :~ 三 : :~
	占い	b社	2000.04.01 - 2001.03.31 : :~ 三 : :~	D:¥gggggg	D:¥hhhhh

【図 7】

135

リンク	キーワード	広告主	契約期間	広告データ格納場所	
				Web 用	mail 用
ー	C D	a社 b社 空き	2000.04.01 - 2001.03.31 2000.02.01 - 2001.01.31 . . - . .	D:¥ D:¥kkkkk	D:¥jjjjj D:¥
	ホテル	b社 空き 空き	2000.04.01 - 2001.03.31 . . - - . .	D:¥nnnnn	D:¥nnnnn
	アニメ	b社 空き 空き	2000.01.01 - 2000.12.31 . . - - . .	D:¥ooooo	D:¥ppppp
	Windows	a社 空き 空き	2000.05.01 - 2001.04.30 . . - - . .	D:¥qqqqq	D:¥rrrrr
	リンク	空き 空き 空き	. . - - -

【図 8】

136

広告主 名	広告主の住所 ／担当者	登録キーワード	契約期間	広告料 支払日	支払金額
a 社	千葉県 x x 市 y y 区 w w w 松坂	L i n u x	2000.04.01 - 2001.03.31	2000.03.01	4382 万円
		C D	2000.04.01 - 2001.03.31	-	-
		M a c	2000.05.01 - 2001.04.30	2000.04.01	2825 万円
		W i n d o w s	2000.05.01 - 2001.04.30	-	-
b 社	神奈川県 a a a 市 b b b 区 c c c c 上原	画像	2000.01.01 - 2000.12.31	1999.12.01	6478 万円
		アニメ	2000.01.01 - 2000.12.31	-	-
		著メロ	2000.02.01 - 2001.01.31	2000.01.04	3872 万円
		C D	2000.02.01 - 2001.01.31	-	-
		占い	2000.04.01 - 2001.03.31	2000.03.01	2113 万円
		ホテル	2000.04.01 - 2001.03.31	-	-
c 社	東京都 j j 区 k k k 平賀	L i n u x	2000.05.01 - 2001.04.30	2000.04.01	4382 万円
		M a c	2000.05.01 - 2001.04.30	-	-

【図10】

138

ランク	キーワード	ユーザ	契約期間	広告の提示方法
ー	CD	小林 山田 }	2000.02.01-2001.01.31 2000.05.01-2001.04.30 } }	Web Web }
	ホテル	小林 空き }	2000.04.01-2001.03.31 . . - . . } }	Web }
	アニメ	山田 空き }	2000.05.01-2001.04.30 . . - . . } }	電子メール }
	Windows	山田 空き }	2000.04.01-2001.03.31 . . - . . } }	電子メール }
	リンク	木下 空き }	2000.01.01-2000.12.31 . . - . . } }	Web }

【図 1 1】

139

ユーザ名	ユーザの住所/電子メール	登録キーワード	契約期間	登録料 支払日	支払金額	ユーザーズ ポイント (1回当り)
木下	群馬県 x x 市 kino@xxxx. yyyy.ne.jp	チャット	2000.01.01 -2000.12.31	1999. 12.01	29万円	21
		リンク	2000.01.01 -2000.12.31	-	-	1
小林	福岡県 a a 市 koba@aaaa. bbbb.ne.jp	攻略	2000.02.01 -2001.01.31	2000. 01.04	10万円	47
		CD	2000.02.01 -2001.01.31	-	-	1
		メールフレンド	2000.04.01 -2001.03.31	2000. 03.01	10万円	60
		ホテル	2000.04.01 -2001.03.31	-	-	1
山田	新潟県 j j 市 yama@jjj. kkkk.ne.jp	MP3	2000.05.01 -2001.04.30	2000. 04.01	29万円	21
		CD	2000.05.01 -2001.04.30	-	-	1
		スクリーン セーバ	2000.05.01 -2001.04.30	2000. 04.01	18万円	24
		アニメ	2000.05.01 -2001.04.30	-	-	1
		M I D I	2000.04.01 -2001.03.31	2000. 03.01	14万円	34
		W i n d o w s	2000.04.01 -2001.03.31	-	-	1

【図12】

140

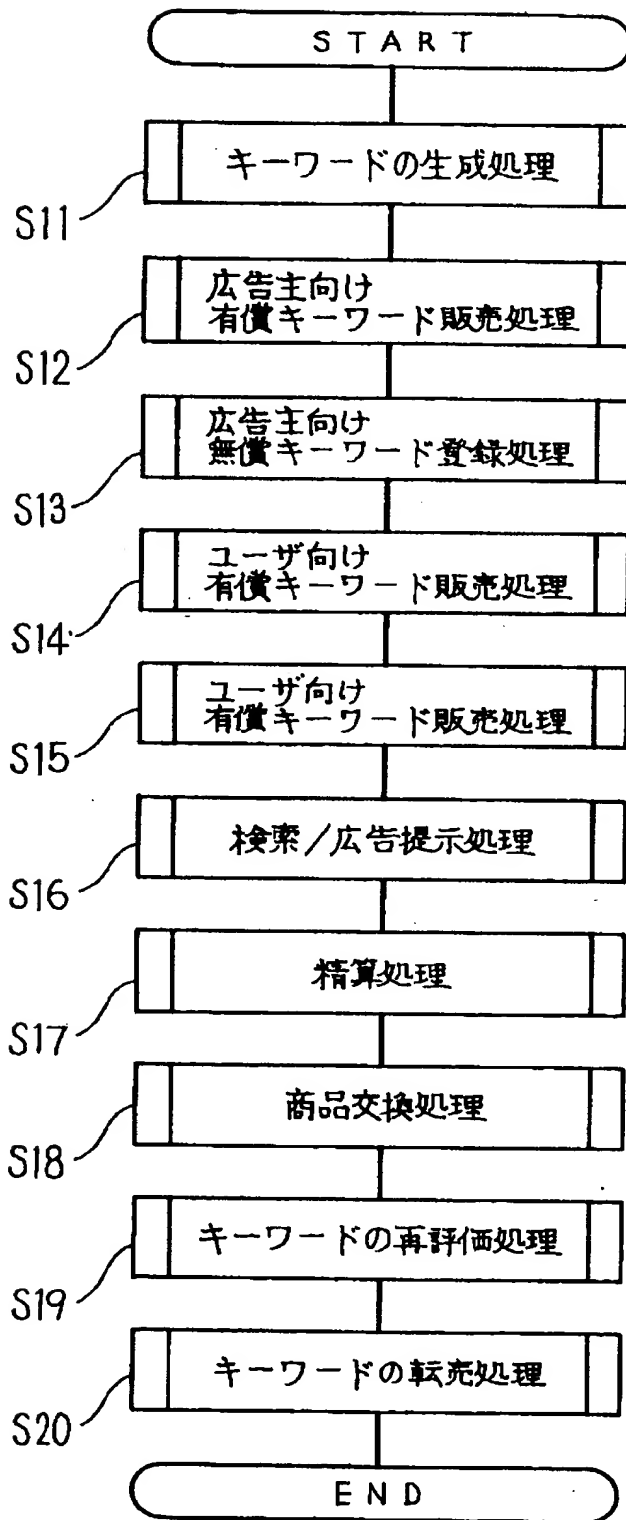
ユーザ名	登録 キーワード	現在(00/08/31) までの 検索ポイント数 (使用頻度数) a	現在(00/08/31) までの 広告ポイント数 (広告参照数) b	ユーザーズ ポイント (1回当り) x	現在(00/08/31) までに獲得した 総ユーザーズポ イント数 $a \times 1 + b \times x$
木下	チャック	291097	32002	21	963139
	リンク	105391	9981	1	115372
	合計				1078511
小林	攻略	90334	6177	47	380653
	CD	87610	9032	1	96642
	メールフレ ンド	554213	38076	60	2838773
	ホテル	497102	89894	1	586996
	合計				3903064
山田	MP3	142298	1752	21	179090
	CD	33220	673	1	33893
	スクリーン セーバ	62865	910	24	84705
	アニメ	36089	204	1	36293
	MIDI	77911	1256	34	120615
	Windo ws	50284	771	1	51055
	合計				505651

【図 13】

141

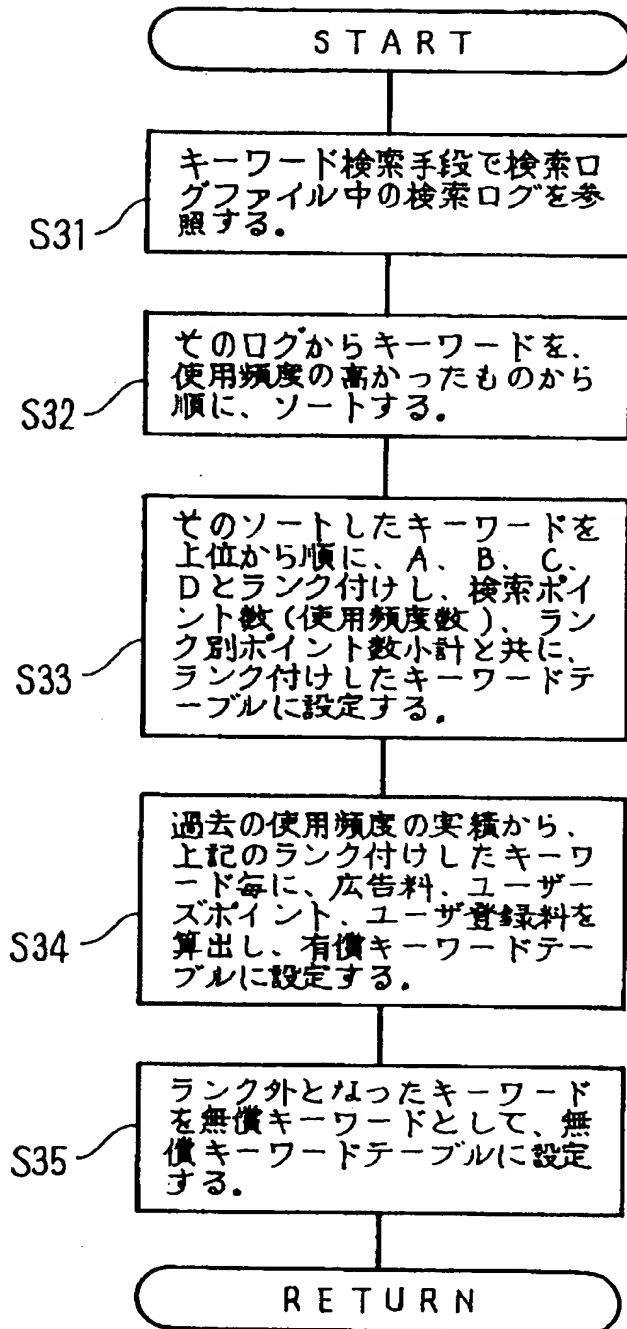
ユーザ名	ユーザの住所／電子メール	現在(00/08/31)までの獲得した総ユーザズポイント数	商品交換した製品・サービス〔(): 商品交換ポイント数〕			現在(00/08/31)までの残りの総ユーザズポイント数
木下	群馬県 xx市 kino@xxxx. yyyy.ne.jp	1078511	大型テレビ (10000 00)	78511
小林	福岡県 aa市 koba@aaaa. bbbb.ne.jp	3903064	国内旅行 (50000 0)	パソコン (10000 00)	2403064
山田	新潟県 jj市 yama@jjj. kkkk.ne.jp	505651	505651

【図 1 4】



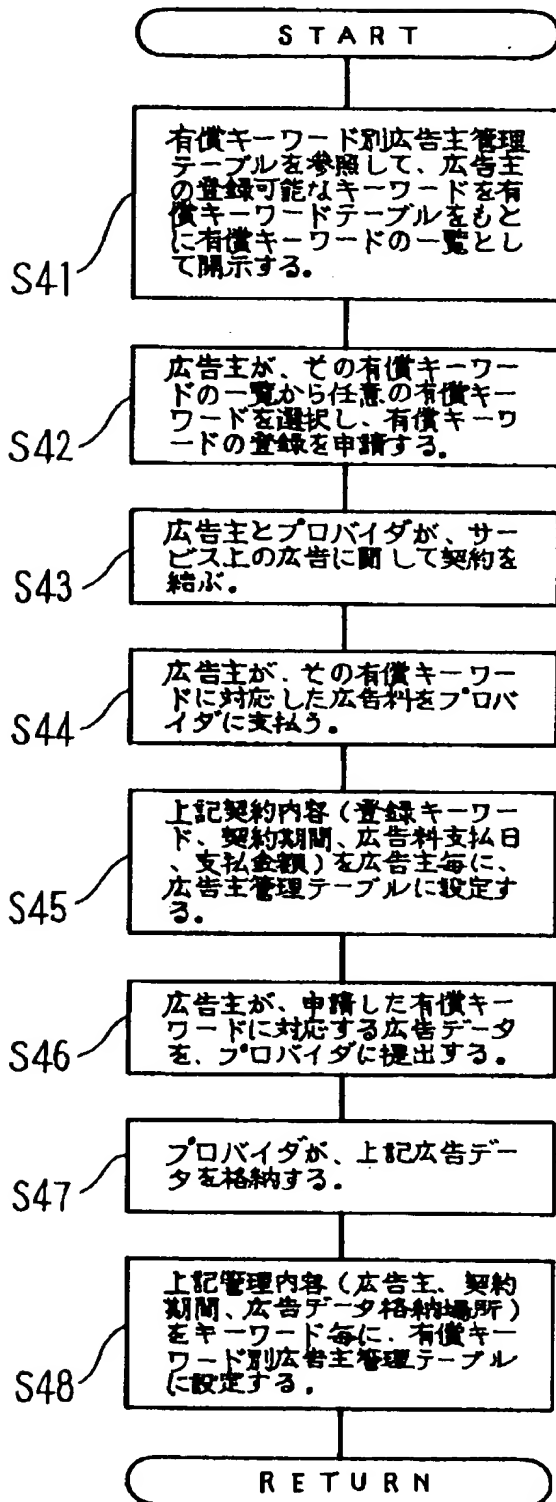
【図 1 5】

キーワードの生成処理



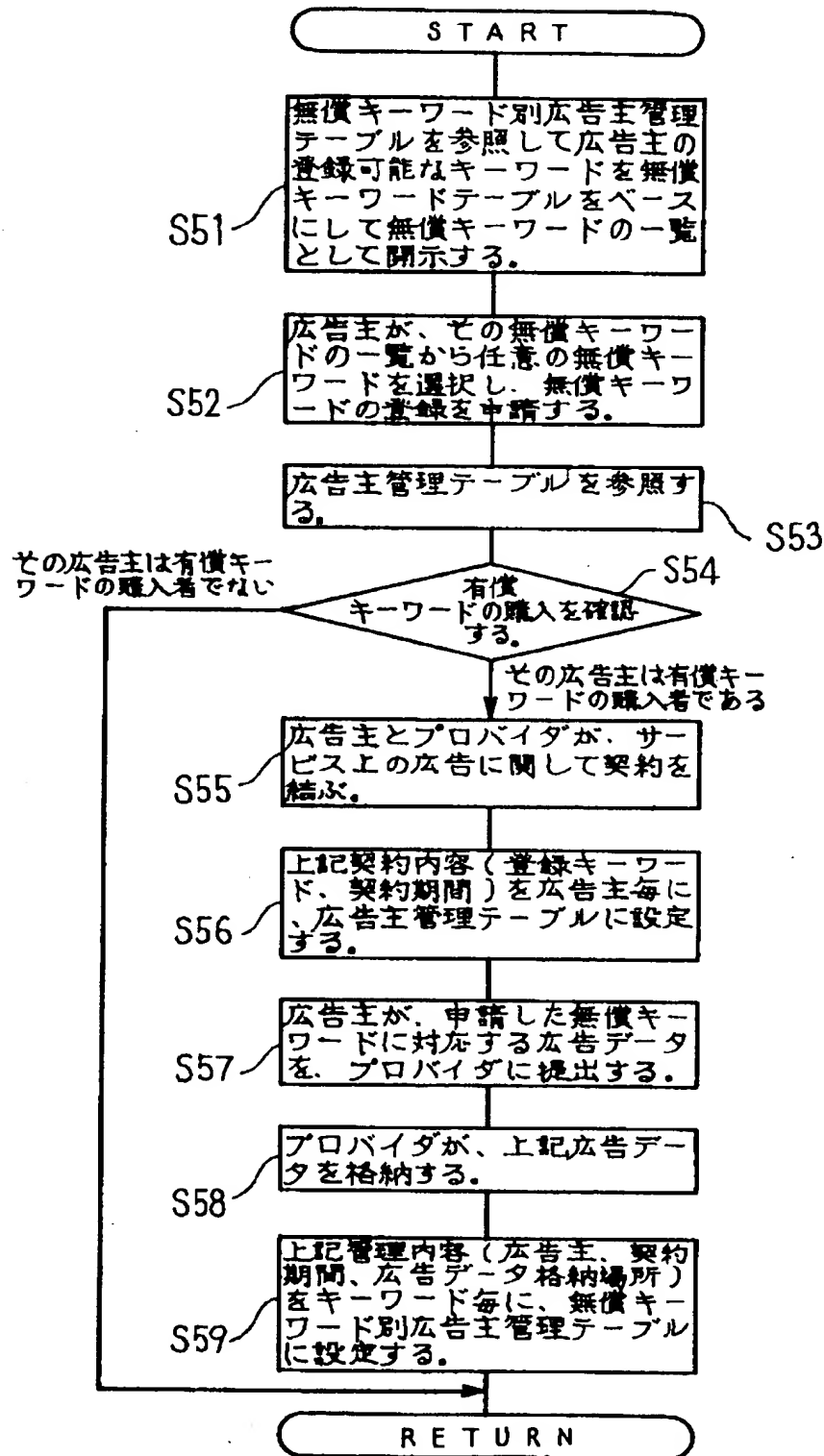
【図 1 6】

広告主向け有償キーワード販売処理



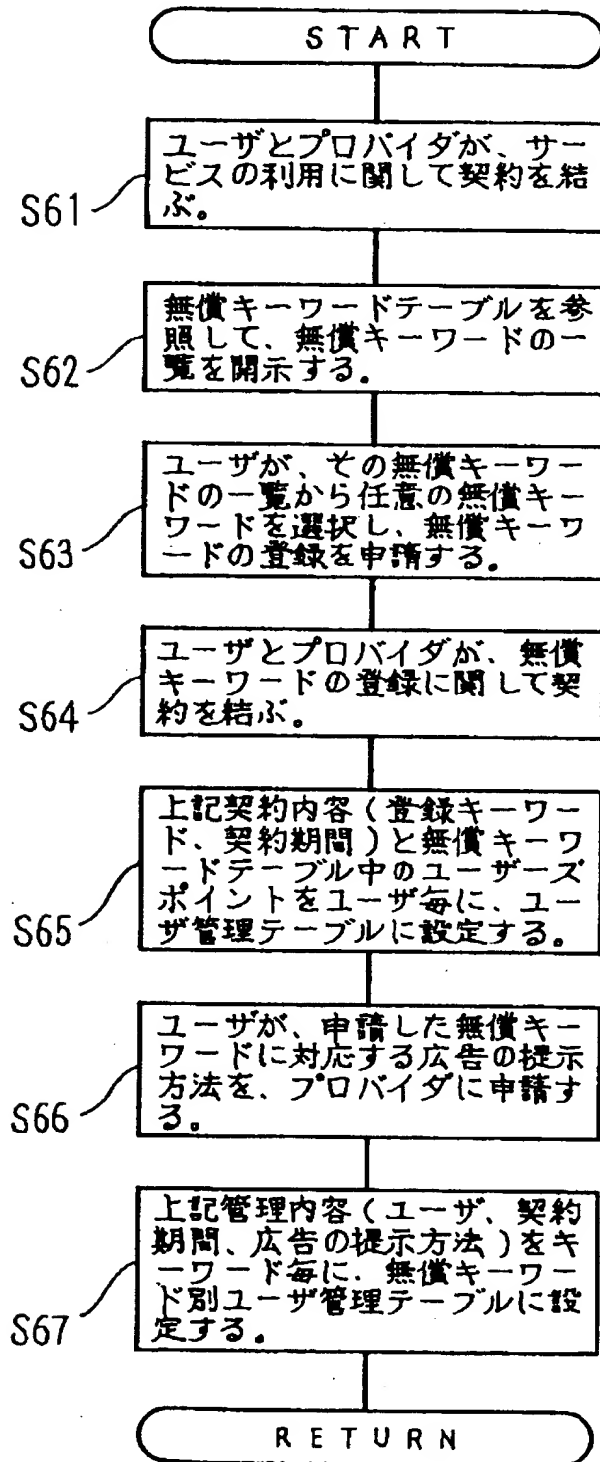
【図 1 7】

広告主向け無償キーワード登録処理



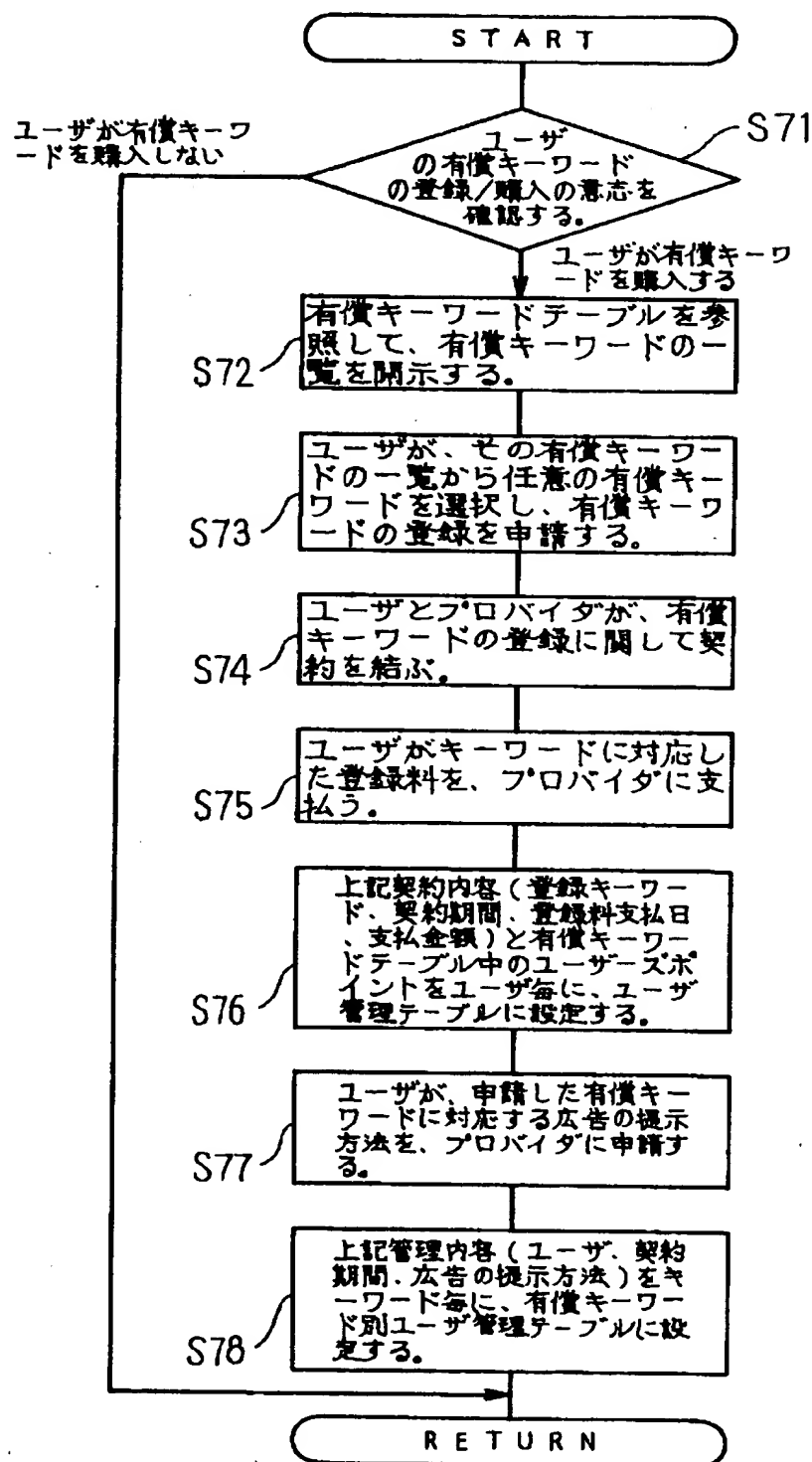
【図 18】

ユーザ向け無償キーワード登録処理

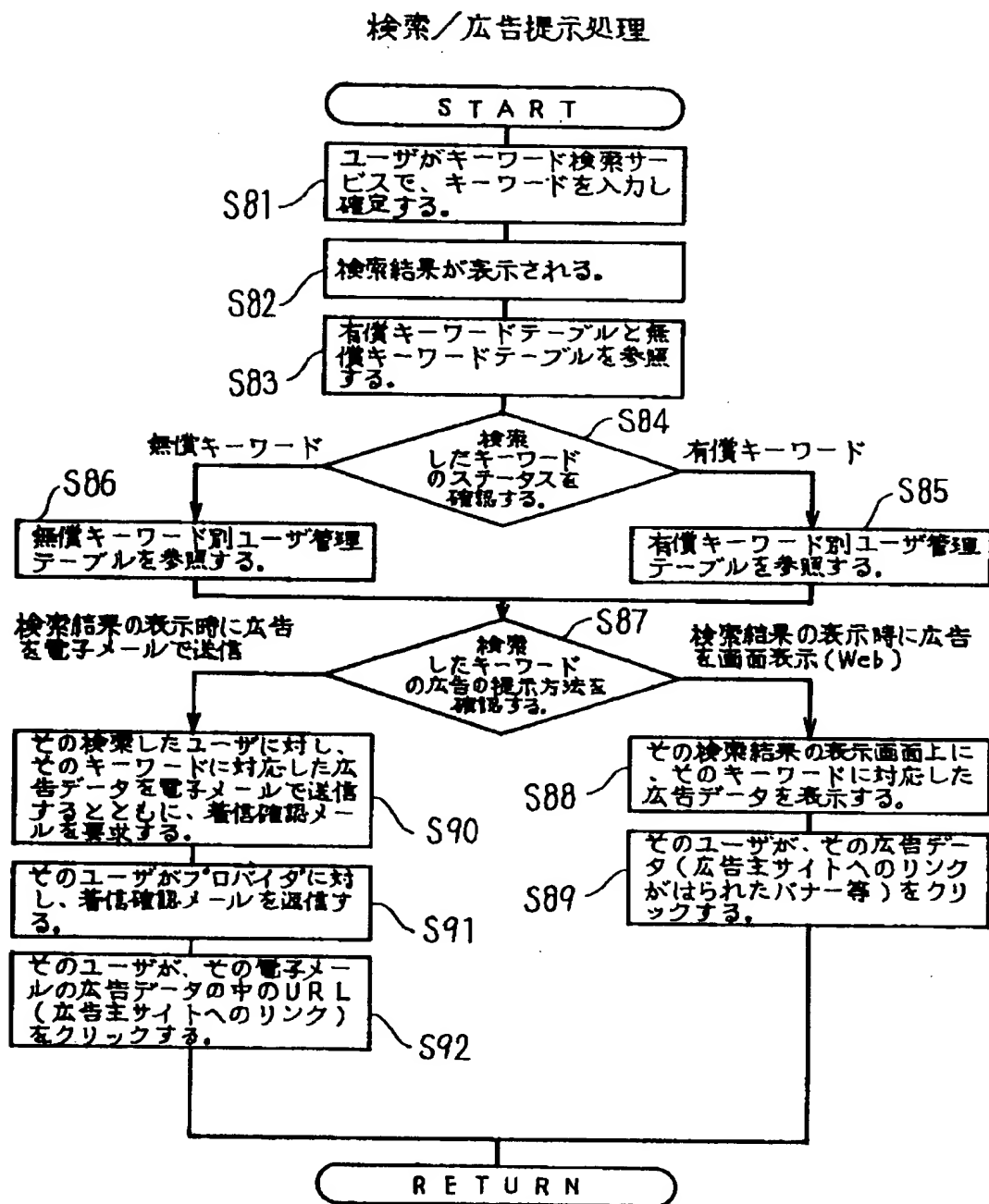


【図 1 9】

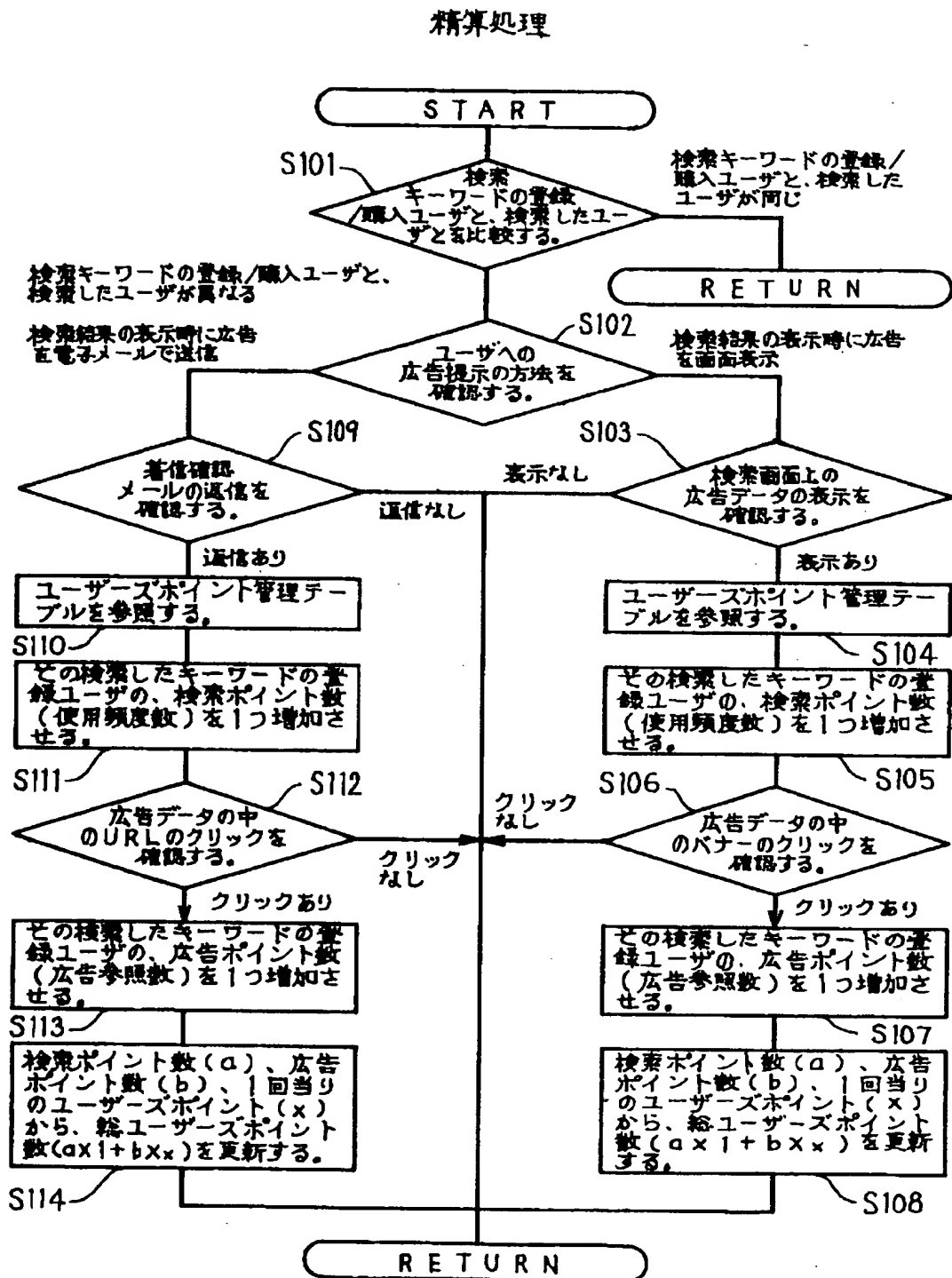
ユーザ向け有償キーワード販売処理



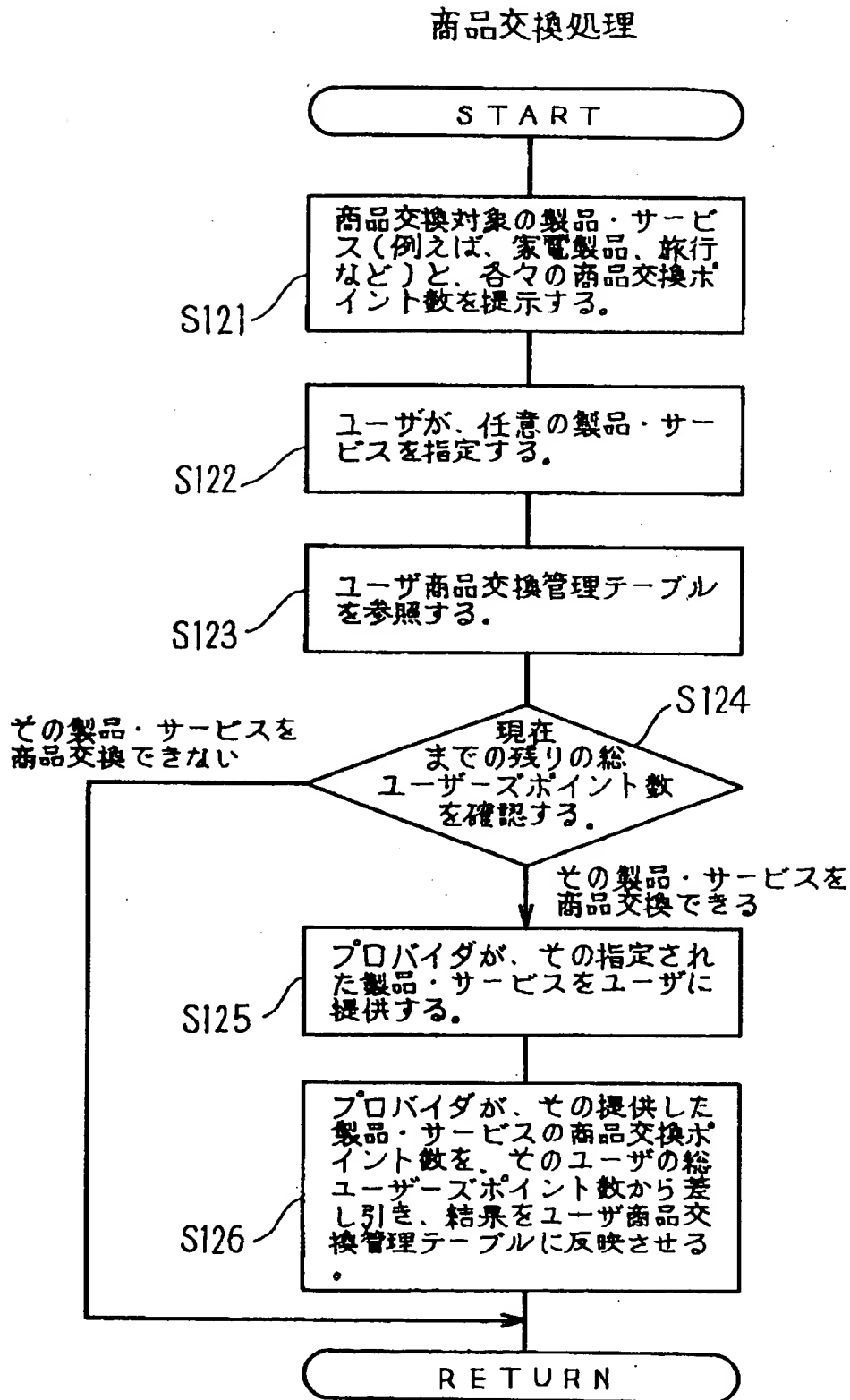
【図 20】



【図 21】

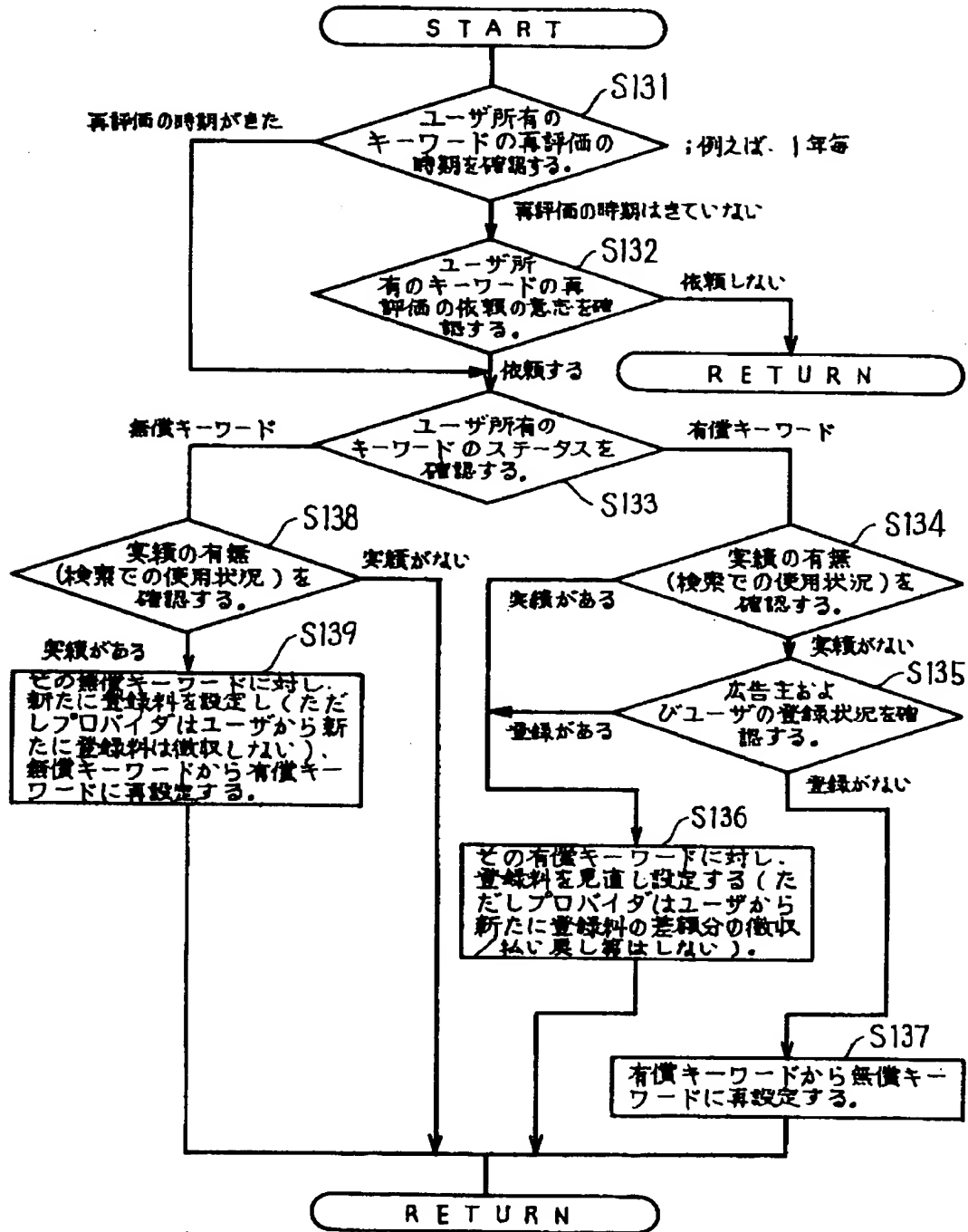


【図 2 2】

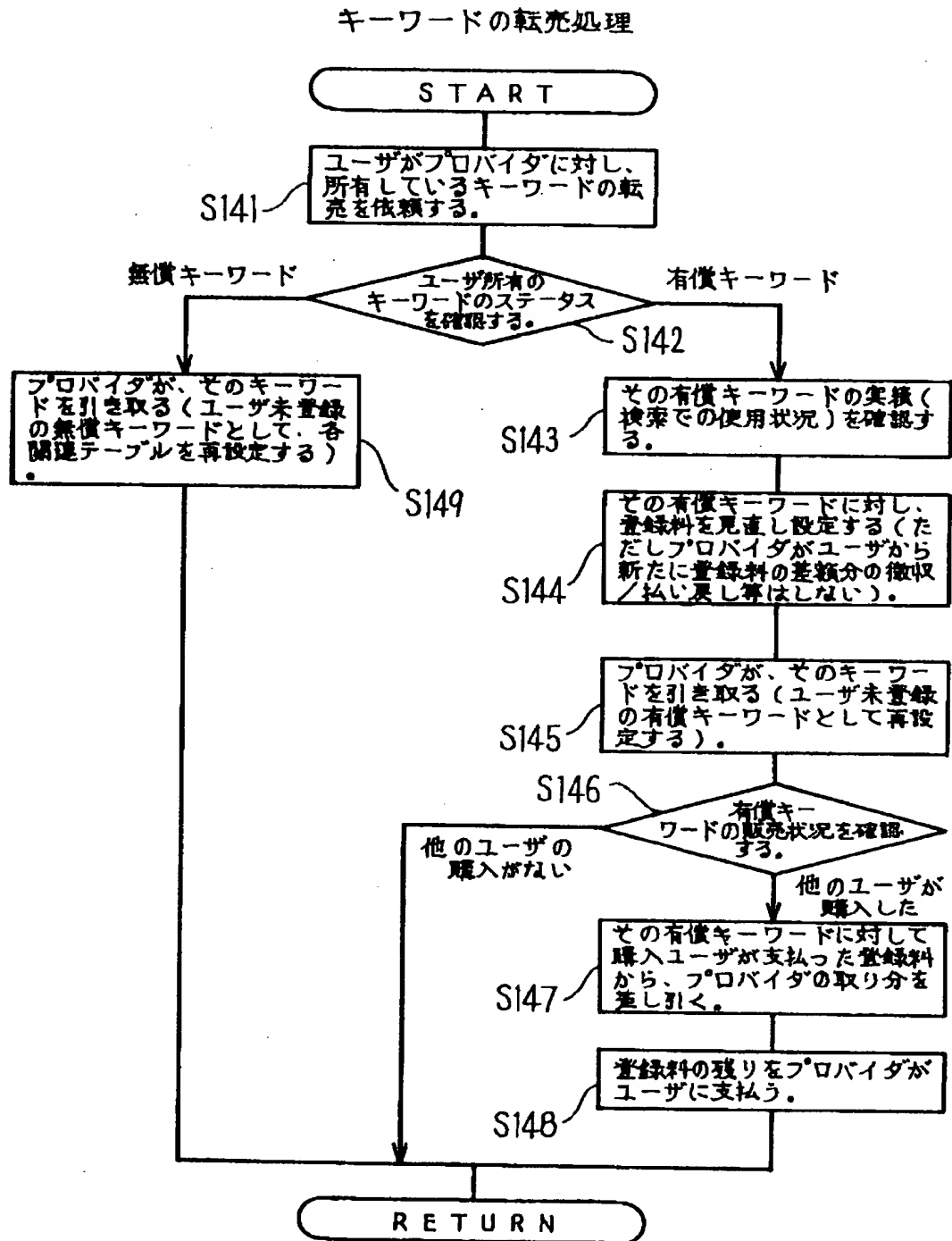


【図 23】

キーワードの再評価処理



【図 24】



【書類名】 要約書

【要約】

【課題】 ネットワークサービス提供者がエンドユーザを巻き込んだ形でさらなるサービスの向上をはかる。

【解決手段】 サーバからネットワークを経由してユーザと広告主にキーワードを提示し、ユーザが取得したキーワードと広告主が取得したキーワードをそれぞれ管理テーブルに登録する。登録したユーザと異なる他のユーザがサーバにアクセスしてキーワード検索するときに、検索結果とともに管理テーブルに登録された広告主の広告も通知する。他のユーザがその広告を参照したときにキーワードを登録した前記ユーザにポイントを付与するようにする。

【選択図】 図 1

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号 [000005223]

1. 変更年月日	1996年 3月26日
[変更理由]	住所変更
住 所	神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番1号
氏 名	富士通株式会社